TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ 2566/2567

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566 / 2567 เป็นซีรีส์การแข่งขันไตรกีฬาที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ซึ่งมีการแข่งขันทั้งหมด 35 ครั้ง ผ่านการแข่งขันกีฬา 3 ประเภท ได้แก่ ว่ายน้ำ ปั่นจักรยาน และวิ่ง

การแข่งขันจะจัดขึ้นใน 7 ประเทศ และปิดท้ายฤดูกาลด้วยการแข่งขันชิงแชมป์โลกที่เมืองฉือโจว ในสาธารณรัฐประชาชนจีน ซีรีส์การแข่งขันนี้คาดว่าจะสามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมมากกว่า 35,000 คน จากประเทศต่าง ๆ ในทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกา แอฟริกา และโอเชียเนีย

ผู้เข้าแข่งขันสามารถเลือกร่วมกิจกรรมได้ตั้งแต่ 1 รายการขึ้นไป ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันว่ายน้ำ ปั่นจักรยาน หรือวิ่ง หรือจะเลือกลงแข่งขันทั้ง 3 รายการก็ได้ โดยการแข่งขันนี้จัดขึ้นภายใต้แนวคิดไตรกีฬาแบบใหม่ ที่ปฏิวัติความคิดเพื่อให้นักกีฬาจากหลากหลายสาขาสามารถร่วมลงแข่งขันไตรกีฬาจนจบได้

ซีรีส์การแข่งขันไตรกีฬานี้จัดขึ้นเป็นครั้งแรกที่สิงคโปร์ในปี 2552 ภายใต้การนำของคณะผู้เชี่ยวชาญด้านการกีฬาสากล จากบริษัท ออเรนจ์ รูม

จากนั้น ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย ก็ได้ประสบความสำเร็จและเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยซีรีส์การแข่งขันในปี 2566/2567 มีความเป็นไปได้ว่าจะเป็นการแข่งขันที่ใหญ่ที่สุดและดีที่สุดเท่าที่เคยจัดมา เพราะไตรกีฬายังคงเป็นหนึ่งในประเภทกีฬาที่เติบโตเร็วที่สุดในทวีปเอเชีย

ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566 / 2567 โดยการร่วมเป็นหนึ่งในพันธมิตรทางธุรกิจ

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ 2566/2567

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 – ข้อมูล

7 ประเทศ จีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม	**มีผู้สนใจเป็นจำนวนมาก** ในหมู่ผู้ที่สนใจกีฬายอดนิยม ทั้งการวิ่ง ปั่นจักรยาน ว่ายน้ำ และไตรกีฬา	**โปรแกรมไตรแฟคเตอร์แคร์** โครงการด้าน ESG อย่างเป็นทางการโดยไตรแฟคเตอร์ เพื่อส่งเสริมศักยภาพให้แก่เยาวชนมากกว่า 10,000 คน ผ่านกิจกรรม ว่ายน้ำ – ปั่นจักรยาน – วิ่ง	**35** **รายการ** โดยคาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมมากกว่า 35,000 คน
เหมาะสำหรับทุกคน ไตรแฟคเตอร์ เล็งเห็นประโยชน์ของความสนุกสนานและการใช้เวลาร่วมกันฉันมิตร จึงจัดกิจกรรมการออกกำลังกายให้เป็นเป้าหมายร่วมของทุกคนในครอบครัว ผ่านการแข่งขันไตรแฟคเตอร์สำหรับเด็กไปจนถึงนักกีฬาที่มีประสบการณ์	**867+ ล้านครั้ง** การเข้าถึงผ่านช่องทางสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์	**รอบชิงชนะเลิศ** การแข่งขันชิงแชมป์โลกที่เมืองฉือโจว สาธารณรัฐประชาชนจีน	**ความท้าทาย TRIFECTA ของฉัน** แนวคิดไตรกีฬาแบบใหม่ ที่ปฏิวัติความคิดเพื่อให้นักกีฬาจากหลากหลายสาขาสามารถลงร่วมแข่งขันไตรกีฬาจนจบได้โดยการสะสมคะแนน

ไตรแฟคเตอร์ จนถึงปัจจุบัน - ข้อมูลโดยสังเขป

รางวัลที่ได้รับ การแข่งขันไตรกีฬาครั้งแรกที่ดีที่สุดในเอเชีย – ทางระยะสั้น การแข่งขันที่ดีที่สุดในเอเชียด้านความเป็นมิตรกับครอบครัว – ทางระยะสั้น รางวัลเอเชียไตร 2561 (ASIATRI)	**10,000+ คน** จำนวนผู้เข้าร่วมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน **100+ ครั้ง** จำนวนครั้งการแข่งขันที่จัดขึ้นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน **1.3 พันล้าน** จำนวนครัวเรือนที่เข้าถึง	**2552** ปีที่ก่อตั้ง **ไตรแฟคเตอร์เอเชีย 2565** จัดการแข่งขัน 10 ครั้งใน 4 ประเทศ	**200+** จำนวนสโมสรและสมาคมมีร่วมงานกับไตรแฟคเตอร์

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

แพ็คเกจการสนับสนุน

ทุกกิจกรรม

ระดับที่ 1 - ผู้สนับสนุนหลัก - ทุกกิจกรรม
ผู้สนับหลักจำนวน 1 ราย เพื่อรับสิทธิในการตั้งชื่อ
การแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ทุกรายการ

ระดับที่ 2 - ผู้สนับสนุนร่วม - ทุกกิจกรรม
ผู้สนับสนุนร่วมจากธุรกิจซึ่งไม่ได้เป็นคู่แข่งกัน สำหรับการแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567
ทุกรายการ

ระดับที่ 3 - ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ และสื่อพันธมิตร - ทุกกิจกรรม
ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ เพื่อสนับสนุนสินค้าและบริการที่จำเป็นสำหรับการแข่งขัน
ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ทุกรายการ

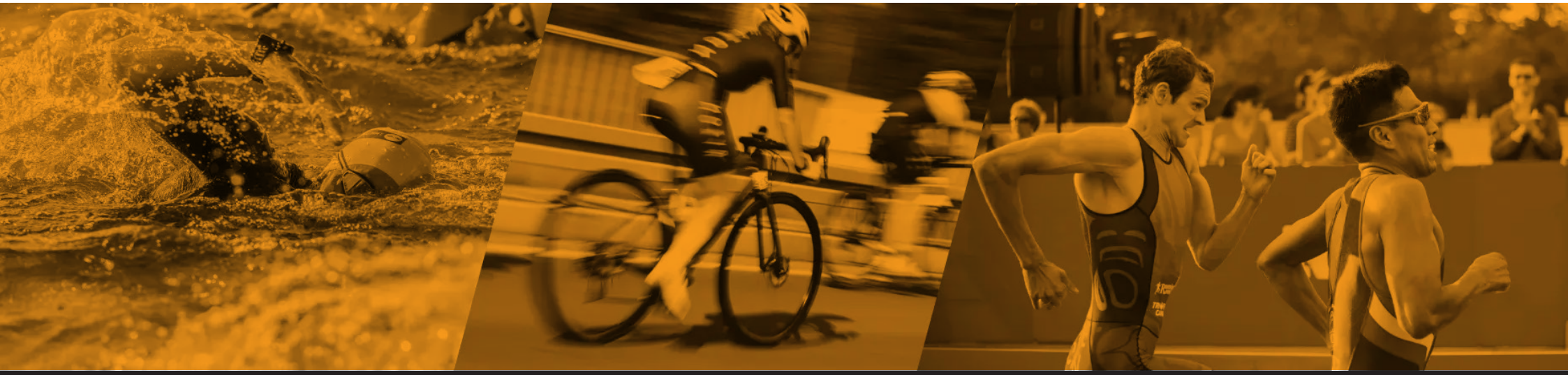
สื่อพันธมิตร สำหรับการแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ทุกรายการ

รายกิจกรรม

ระดับที่ 1 - ผู้สนับสนุนการนำเสนอ - รายกิจกรรม
ผู้สนับสนุนการนำเสนอ สำหรับการแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 อย่างน้อย 1 รายการ หรือมากกว่า

ระดับที่ 2 - ผู้สนับสนุนร่วม - รายกิจกรรม
ผู้สนับสนุนร่วมจากธุรกิจซึ่งไม่ได้เป็นคู่แข่งกัน สำหรับการแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567
อย่างน้อย 1 รายการ หรือมากกว่า

ระดับที่ 3 - ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ และสื่อพันธมิตร - รายกิจกรรม
ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ เพื่อสนับสนุนสินค้าและบริการที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันไตรแฟคเตอร์
เอเชีย 2566/2567 อย่างน้อย 1 รายการ หรือมากกว่า
สื่อพันธมิตร สำหรับการแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 อย่างน้อย 1 รายการ หรือมากกว่า



TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

ตารางการแข่งขันไตรแฟคเตอร์เอเชีย 2566

วันที่	รูปแบบ	ประเทศ	เมือง / สถานที่	ผู้เข้าแข่งขัน
2566				
14 มกราคม	ไลต์ - อะควาธลอน	สิงคโปร์	เซนโตซ่า	500 คน
12 กุมภาพันธ์	ไตรกีฬา	ฟิลิปปินส์	อ่าวซูบิก	500 คน
16 เมษายน	ไตรกีฬา	สิงคโปร์	ชายฝั่งตะวันออก	1,200 คน
6 พฤษภาคม	ไลต์ - เด็ก	สิงคโปร์	ชายฝั่งตะวันออก	500 คน
28 พฤษภาคม	จักรยาน + จักรยาน วิ่ง	สิงคโปร์	นิโคล ไฮเวย์	1,500 คน
18 มิถุนายน	เด็ก	สิงคโปร์	สปอร์ต ฮับ	1,200 คน
9 กรกฎาคม	ทวิกีฬา	ฟิลิปปินส์	คลาร์ก	500 คน
29 / 30 กรกฎาคม	ไตรกีฬา + เด็ก + หลากหลายเทศกาล	สิงคโปร์	ชายฝั่งตะวันออก	2,000 คน
24 กันยายน	Sus - วิ่ง	สิงคโปร์	มารีน่า บาร์ราจ	10,000 คน
31 กันยายน	ไลต์ - วิ่ง	สิงคโปร์	วัน-นอร์ท	1,000 คน
14 ตุลาคม	ไตรกีฬา	เวียดนาม	บิ่ญถ่วน	1,000 คน
21 ตุลาคม	ไตรกีฬา	อินโดนีเซีย	เกาะบินตัน	800 คน
22 ตุลาคม	จักรยาน	อินโดนีเซีย	เกาะบินตัน	1,000 คน
28 ตุลาคม	ว่ายน้ำ + อะควาธลอน	ไทย	พัทยา	1,000 คน
28 ตุลาคม	ไลต์ - วิ่ง	สิงคโปร์	เบด็อก	1,000 คน
29 ตุลาคม	ไตรกีฬา	จีน	มณฑฆอานฮุย	1,000 คน
11 พฤศจิกายน	ไลต์ - เด็ก	สิงคโปร์	วัน-นอร์ท	1,000 คน

ข้อมูลข้างต้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

ตารางการแข่งขันไตรแฟคเตอร์

วันที่	รูปแบบ	ประเทศ	เมือง / สถานที่	ผู้เข้าแข่งขัน
2567				
25 กุมภาพันธ์	ไตรกีฬา	ฟิลิปปินส์	อ่าวซูบิก	1,000 คน
9 / 10 มีนาคม	เด็ก	สิงคโปร์	ดาวน์ทาวน์อีสต์	5,000 คน
18 มีนาคม	ว่ายน้ำ + อะควาธลอน	ไทย	ภูเก็ต	1,500 คน
13 เมษายน	ไตรกีฬา	เวียดนาม	บิ่ญถ่วน	1,000 คน
20 เมษายน	จักรยาน + หลากเทศกาล	ฟิลิปปินส์	เซบู	5,000 คน
27 / 28 เมษายน	จักรยาน + จักรยาน วิ่ง + หลากเทศกาล	อินโดนีเซีย	เกาะบินตัน	1,500 คน
5 พฤษภาคม	เด็ก	จีน	เซี่ยงไฮ้	2,000 คน
25 / 26 พฤษภาคม	จักรยาน + จักรยาน วิ่ง + หลากเทศกาล	มาเลเซีย	ยะโฮร์	2,500 คน
8 มิถุนายน	Sus - วิ่ง	มาเลเซีย	ซาราวัก	4,000 คน
15 มิถุนายน	ไตรกีฬา	อินโดนีเซีย	เกาะบินตัน	1,500 คน
7 กรกฎาคม	Sus - วิ่ง	สิงคโปร์	มารีน่า บาร์ราช	10,000 คน
14 กรกฎาคม	ทวิกีฬา	ฟิลิปปินส์	คลาร์ก	1,000 คน
27 / 28 กรกฎาคม	ไตรกีฬา + เด็ก + หลากเทศกาล	สิงคโปร์	ชายฝั่งตะวันออก	2,000 คน
18 สิงหาคม	ไตรกีฬา + เด็ก + หลากเทศกาล	อินโดนีเซีย	เกาะบินตัน	1,500 คน
7 กันยายน	ไตรกีฬา	อินโดนีเซีย	เบอลีตุง	1,000 คน
14 กันยายน	ไตรกีฬา + หลากเทศกาล	สิงคโปร์	ชายฝั่งตะวันออก	2,000 คน
5 ตุลาคม	ไตรกีฬา + เด็ก + หลากเทศกาล	อินโดนีเซีย	จาการ์ตา	4,000 คน
5 ตุลาคม	ว่ายน้ำ + อะควาธลอน	ไทย	พัทยา	1,500 คน
19 / 20 ตุลาคม	การแข่งขันชิงแชมป์โลก	จีน	ฉือโจว	2,000 คน

ข้อมูลข้างต้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้

การแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย เวิล์ดแชมเปี้ยนชิปส์ 2567 ที่สาธารณรัฐประชาชนจีน

ปิดท้ายฤดูกาลของซีรีส์การแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ด้วยการแข่งขันชิงแชมป์โลก ซึ่งจะจัดขึ้นที่เมืองฉือโจว สาธารณรัฐประชาชนจีน

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

ผู้เข้าแข่งขัน

ผู้เข้าแข่งขันในไตรแฟคเตอร์ เอเชียมาจากทุกภาคส่วนในสังคม เพราะผู้จัดงานเชื่อว่าใคร ๆ ก็สามารถเข้าร่วมแข่งขันไตรกีฬาได้

ผู้เข้าแข่งขัน ประกอบไปด้วย ผู้เข้าแข่งขันมือสมัครเล่น มืออาชีพ เยาวชน พนักงานบริษัท สมาชิกจากชมรมกีฬา และกลุ่มอื่น ๆ นอกจากนี้การแข่งขันจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวนักกีฬาจากทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นได้

แนวโน้มกลุ่มประชากรที่สนใจในกิจกรรมนี้

ชาย/หญิง
ในสัดส่วน 30/70

อายุ

6-9 - 3%
10-15 - 4%
16-44 - 78%
45+ - 15%

ประเภทบุคคลและประเภททีม

กลุ่มประชากรที่สนใจในกิจกรรมนี้แบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มปัญญาชน กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลและประสบความสำเร็จ และกลุ่มผู้มีรสนิยมและกำลังทรัพย์

ฐานผู้เข้าร่วมกลุ่มหลัก นักกีฬาและแฟนกีฬาที่สนใจกีฬาเอนดูรานซ์
25 - 50
จบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย
บุคลากรในสำนักงาน
มีรายได้สุทธิสูง
ผู้ที่เดินทางเพื่อไปแข่งขันและรับชมการแข่งขันนัดสำคัญ ๆ อยู่เป็นประจำ
ผู้ที่ชื่นชอบการออกกำลังกายและเห็นประโยชน์จากวิถีชีวิตแบบคนรักสุขภาพ

ฐานผู้เข้าร่วมกลุ่มรอง ผู้ที่เพิ่งเริ่มว่ายน้ำ-ปั่นจักรยาน-วิ่ง
นักกีฬาที่อยากไลฟ์สไตล์ด้านการออกกำลังกายและการมีสุขภาพดี
สนใจเข้าร่วมกิจกรรมที่สร้างแรงบันดาลใจและประสบการณ์เพื่อนำมาเป็นแรงจูงใจในชีวิตและสร้างเครือข่าย
ดำเนินชีวิตตามความสนใจและไลฟ์สไตล์ที่เลือก

ตลาดที่เกี่ยวข้องทั้งหมด - กลุ่มคนออกกำลังกายและรักสุขภาพ
เป็นภาคธุรกิจที่มีมูลค่าล้านล้านดอลลาร์ทั่วโลก
สินค้าที่ครองอันดับในตลาดสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ได้แก่ สินค้าความงามและต่อต้านริ้วรอยก่อนวัย ซึ่งมีมูลค่า 679 พันล้านดอลลาร์ ตามมาด้วยสินค้าฟิตเนสและการบริหารร่างกายและจิตใจ มูลค่า 390 พันล้านดอลลาร์

องค์กรธุรกิจ

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 มอบโอกาสให้องค์กรต่าง ๆ ได้ปลูกฝังค่านิยมการมีสมดุลชีวิตและงานที่ดีให้แก่สมาชิกในองค์กร

ในกิจกรรมที่ผ่านมาพบว่ามีตัวแทนจากหลายร้อยบริษัทมาเข้าร่วมแข่งขัน รวมถึงสมาชิกของบริษัทชื่อดัง เช่น ฮิวเลตต์แพคการ์ดสิงคโปร์ และไนกี้ การเข้าร่วมกิจกรรมนี้จึงเป็นกลยุทธ์ที่ดีสำหรับองค์กรในการให้รางวัลแก่สมาชิกในองค์กรของตน ให้เขาได้มีโอกาสแข่งขันเพื่อเอาชนะทั้งผู้อื่นและสุขภาพที่ดีของตน

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

วิถีของนักกีฬา

ไตรแฟคเตอร์ ไม่ได้เป็นแค่กิจกรรมการแข่งขัน หากแต่เป็นวิถีของนักกีฬาที่ส่งเสริมให้คนในชุมชนได้ฝึกใช้งานร่างกายและจิตใจให้เต็มศักยภาพ โดยอาศัยประโยชน์จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์

ไตรแฟคเตอร์ ให้ความรู้แก่ผู้เข้าแข่งขัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในร่างกายของตนเอง

ใจความสำคัญในการทำไตรแฟคเตอร์ คือการได้ออกกำลังกาย รักสุขภาพ และรักษาพลานามัยให้ดี ไปพร้อม ๆ กัน ดังนั้น ไตรแฟคเตอร์ จึงให้ความสำคัญกับแนวคิดดังต่อไปนี้

- การใช้ชีวิตผ่านการเรียนรู้ประสบการณ์
- การไปให้ถึงสมรรถนะสูงสุด
- การเพิ่มประสิทธิภาพของร่างกายให้ถึงขีดสุด ผ่านกิจกรรมที่ทำได้ง่ายและทำได้อย่างมั่นใจ
- การทำให้กีฬาเป็นเรื่องที่ท้าทายและสนุกสนาน

การแข่งขันที่เน้นกิจกรรมวิ่งเป็นสำคัญ	การแข่งขันที่เน้นกิจกรรมปั่นจักรยานเป็นสำคัญ	การแข่งขันไตรกีฬา	การแข่งขันที่เน้นกิจกรรมว่ายน้ำเป็นสำคัญ
กิจกรรมสำหรับเด็ก	กิจกรรมไตรแฟคเตอร์ไลฟ์	กิจกรรมสำหรับชุมชน	กิจกรรมการกุศล

ผู้ชนะการแข่งขันไตรแฟคเตอร์

ผู้เข้าแข่งขันในไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 จะได้รับคะแนนสะสมตามลำดับที่ตนทำได้ในแต่ละรอบและประเภทของการแข่งขัน
ผู้เข้าแข่งขันที่ทำคะแนนไตรแฟคเตอร์ได้สูงสุด จะได้ครองตำแหน่ง ไตรแฟคเตอร์ คันทรี แชมเปี้ยน 2566/2567

เมื่อสิ้นสุดฤดูกาลการแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย จะมีการประกาศรายชื่อผู้ชนะในประเภทต่าง ๆ จากทั้ง 15 ประเทศ และจะได้รับรางวัลสุดพิเศษ

พร้อมสิทธิในการเข้าแข่งขันชิงแชมป์โลก เพื่อท้าชิงตำแหน่งไตรแฟคเตอร์ เวิลด์ แชมเปี้ยนต่อไป

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

แบรนด์แอมบาสเดอร์

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการ จะได้รับสิทธิในการเข้าถึงแบรนด์แอมบาสเดอร์ของไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567

โดยสามารถร่วมงานกับแบรนด์แอมบาสเดอร์ในการผลิตคอนเทนต์พิเศษ เพื่อสร้างประโยชน์จากการแข่งขันผ่านแคมเปญต่าง ๆ เช่น

- คอนเทนต์เพื่อเจาะกลุ่มผู้ชมผ่านสื่อดิจิทัล - เล่าเรื่องราว “ที่น่าประทับใจ” ของนักกีฬาและกล่าวถึงนักกีฬาในฐานะที่เป็นบุคคลตัวอย่างในสังคม
- ปาฐกถาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ – ใช้แบรนด์แอมบาสเดอร์ในการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พนักงานและสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าขององค์กร

แอมบาสเดอร์

สิงคโปร์ 4 คน เวียดนาม 4 คน มาเลเซีย 4 คน อินโดนีเซีย

4 คน ไทย 4 คน ฟิลิปปินส์ 4 คน จีน / ฮ่องกง 2 คน

ผู้สนับสนุนในอดีต

OAKLEY, hp, TYR, BROOKS, P&G, SingTel, Nestlé, NIKE, 2XU, JBL by HARMAN, GARMIN, COMPRESSPORT, KÄRCHER, CANYON, cervélo, Sport Singapore, On, SAP, Unilever, Banana Boat, SINGHA, POKKA, 100 PLUS, SKECHERS

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

ประโยชน์ของไตรแฟคเตอร์ เอเชียต่อธุรกิจของผู้สนับสนุน

ในการสนับสนุนไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการจะได้รับสิทธิประโยชน์หลายรายการดังนี้

แบรนด์ของผู้สนับสนุน

ผนวกแบรนด์เข้ากับหนึ่งในกีฬาที่โตเร็วที่สุดในเอเชีย สร้างการรับรู้แบรนด์ของผู้สนับสนุนไปทั่วโลก โดยการเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัลร่วมกับไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ไปยังผู้ชมที่เป็นกลุ่มประชากร

ค่านิยมของผู้สนับสนุน

เสริมสร้างความไว้วางใจและความรู้สึกที่ดีต่อแบรนด์ของผู้สนับสนุนผ่านเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย พร้อมผนวกสินค้าของผู้สนับสนุนเข้ากับเนื้อหาอย่างแยบยล และนำเสนอความเชื่อมโยงกับซีรีส์การแข่งขันไตรกีฬาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชีย

ลูกค้าของผู้สนับสนุน

มอบประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตให้แก่ลูกค้า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร และลูกค้าใหม่ กับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 จัดขึ้น

ยอดขายของผู้สนับสนุน

ใช้แพลตฟอร์มของไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 เพื่อช่วยสร้างรายได้ใหม่ เพิ่มยอดธุรกรรมกับลูกค้าเก่า และพัฒนาความภักดีต่อแบรนด์ เข้าถึงรายชื่อติดต่อที่เป็นสมาชิกในครอบครัวและเครือข่ายทางการค้าของไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ซึ่งจะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายของผู้สนับสนุนได้

ข้อมูลของผู้สนับสนุน

เก็บข้อมูลเชิงลึกของผู้ชมผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในการร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจหรือการจัดทำเนื้อหาทางการตลาดที่ทรงพลังในอนาคต

แบรนด์แอมบาสเดอร์ของผู้สนับสนุน

ติดตามเส้นทางประสบการณ์ของนักไตรกีฬา สร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงานและลูกค้าของผู้สนับสนุน ผ่านเรื่องราวของนักกีฬาและการแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 นี้

บุคลากรของผู้สนับสนุน

เชิญนักไตรกีฬามากล่าวปาฐกถาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ให้คำแนะนำ และฝึกสอนเพื่อพัฒนาความเป็นผู้นำ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมอาสาสมัคร

ชื่อเสียงของผู้สนับสนุน

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 เหมาะสำหรับการเป็นแพลตฟอร์มในการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิการประชาสัมพันธ์แบรนด์

การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในงาน ป้ายในงาน พื้นที่บริเวณจุดปล่อยตัวและเส้นชัย เอ-บอร์ด ธงและแบนเนอร์ หน้าจอนำเสนอวิดีโอ	**พื้นที่สื่อ** ในพื้นที่แถลงข่าว ที่ฉากหลังพื้นที่แถลงข่าวและพื้นที่ให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน	**หมู่บ้านผู้สนับสนุน** พื้นที่ประชาสัมพันธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าและบริการ
ผู้เข้าแข่งขัน โลโก้บน BIBS ที่นักกีฬาใส่ และบนเครื่องแบบที่อาสาสมัครใส่	**แคมเปญการประชาสัมพันธ์หน้างาน** การประชาสัมพันธ์ผ่านวัสดุทางการตลาด – โปรแกรมการแข่งขัน ใบประกาศเกียรติคุณ	**การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนบัตรเข้างาน** โลโก้หลังบัตรเข้าร่วมกิจกรรมที่มีการผลิต

สิทธิในการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์

แคมเปญประชาสัมพันธ์

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ได้รับการสนับสนุนด้วยแคมเปญประชาสัมพันธ์ที่ครบวงจร ที่ดำเนินการตลอดทั้งในช่วงเตรียมเข้าสู่การแข่งขัน ระหว่างและหลังการแข่งขัน ดังนี้

การประชาสัมพันธ์และเนื้อหางานประชาสัมพันธ์

แคมเปญประชาสัมพันธ์มุ่งขยายผลการประชาสัมพันธ์ออกไปในวงกว้างขณะจัดการแข่งขันและหลังการแข่งขัน โดยจะครอบคลุมกิจกรรมดังนี้

- การนำเสนอในการแข่งขัน
- แคมเปญโฆษณาออนไลน์ บทความ บล็อก และสื่อสังคม
- ข่าวต่างประเทศและข่าวท้องถิ่น

การโฆษณา

แคมเปญเพื่อซื้อพื้นที่สื่อ ดำเนินการลงโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต จะดำเนินการตามแคมเปญเพื่อขยายผลของการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมในระดับภูมิภาคและระดับประเทศให้ได้มากที่สุด เพื่อนำเสนอภาพก่อนและระหว่างการแข่งขันไตรแฟคเตอร์เอเชีย 2566/2567 แต่ละครั้ง

สื่อออนไลน์ – ทีมการตลาดของไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 จะทำงานอย่างใกล้ชิดร่วมกับเว็บไซต์ชั้นนำระดับโลกเพื่อเข้าถึงฐานแฟนและผู้ชม ด้วยการโฆษณาผ่านเว็บไซต์และอีเมลเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย

โฆษณากลางแจ้ง - ประชาสัมพันธ์มหกรรมกีฬาผ่านป้ายโปสเตอร์กลางแจ้ง รวมถึงป้ายโฆษณาและป้ายจอดรถโดยสารสาธารณะ

รอยืนยันรายละเอียดของแคมเปญโฆษณา

รายการอย่างเป็นทางการ

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้า/บริการ จะถูกประชาสัมพันธ์ผ่านรายการอย่างเป็นทางการของไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567

แคมเปญที่ผู้สนับสนุนจัดทำเอง

เช่นเดียวกับแคมเปญประชาสัมพันธ์และแคมเปญโฆษณาของผู้จัดงาน ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้า/บริการทุกรายจะได้รับสิทธิในการจัดทำแคมเปญของตนเองและผูกแบรนด์เข้ากับการแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการโฆษณานี้

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้า/บริการ อาจสร้างเนื้อหางานประชาสัมพันธ์ อาทิ การจัดกิจกรรมถาม-ตอบกับนักไตรกีฬา กิจกรรมท้าทายต่าง ๆ การเชิญดาราและผู้เชี่ยวชาญมากล่าวให้ความรู้ การนำเสนอภาพไฮไลท์หมู่บ้านผู้สนับสนุน การประชาสัมพันธ์หน้างาน งานแถลงข่าว และกิจกรรมการกุศลที่เกี่ยวข้อง

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

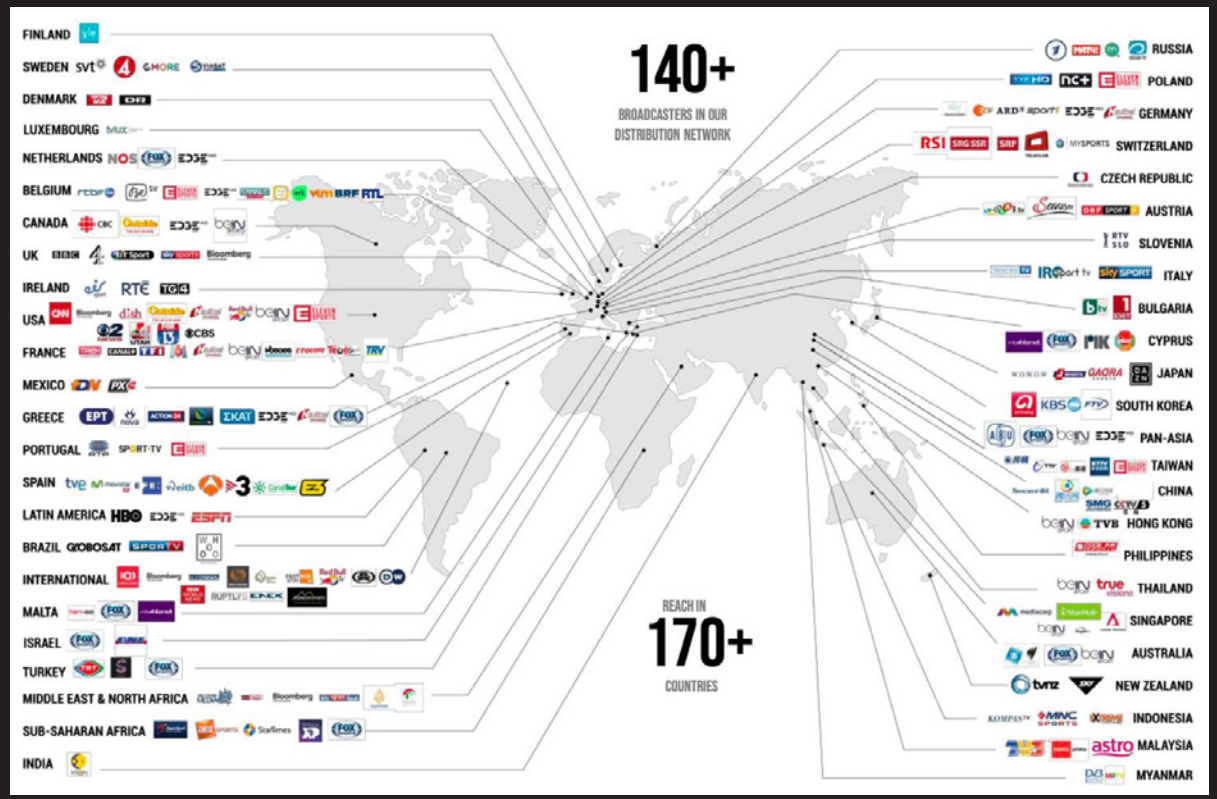
การประชาสัมพันธ์ผ่านรายการถ่ายทอด

เครือข่ายการแพร่ภาพทางโทรทัศน์

ผู้สื่อข่าว 140+ ราย

จาก 170+ ประเทศ

TRIFACTOR เครือข่ายการแพร่ภาพทางโทรทัศน์



อเมริกาใต้
PLEX
EDGE SPORT

อเมริกาเหนือ
BEIN SPORTS
EDGE SPORT
CAFFEINE
SAMSUNG TV
PLUS
ROKU
XUMO
AZTECA AMERICA
CH LG CHANNELS
STIRR

ยุโรป
BT SPORT
RAKUTEN TV
COSMOTE TV
CYTAVISION
EDGE SPORT
EXTREME
M TEL
ORF SPORT
PRIME TEL
SKY
SPORT TV
STV
TSN
WAIPU TV

เอเชีย
BEIN SPORTS
QIY
DIGITURK
EDGE SPORT
FOX SPORTS
STARHUB
SMG
S SPORT
TIVIBU
TV+
VODAFONE TV
SINGTEL TV
ASTRO

โอเชียเนีย
BEIN SPORTS
EDGE SPORT
KAYO
SKY
FOXTEL
SPARK NZ

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิบนสื่อดิจิตอลและสื่อสังคม

มีส่วนร่วมกับ ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ในแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคม

เว็บไซต์อย่างเป็นทางการ + **16 ช่องบนสื่อสังคมออนไลน์**

facebook.com/TRIFACTOR.Series/

instagram.com/TRIFACTOR_series/

ช่อง	ประเทศ	กลุ่มเป้าหมาย	รายละเอียด
EXTREME	นานาชาติ	100 ล้าน	แพลตฟอร์มกีฬา ความบันเทิง และไลฟ์สไตล์
QIY	จีน	565 ล้าน	แพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์ของจีน
ENDURANCE SPORTS TV	นานาชาติ	N/A	แพลตฟอร์มทีวีดิจิทัล
KAYO	ออสเตรเลีย	624,000	บริการ OTT
RAKUTEN TV	นานาชาติ	30 ล้าน	บริการวิดีโอสตรีมมิ่งออนดีมานด์
PLEX	แคนาดา เม็กซิโก สหรัฐอเมริกา	N/A	บริการสตรีมมิ่งทั่วโลก
SPARK NZ	นิวซีแลนด์	N/A	แพลตฟอร์มดิจิทัลของนิวซีแลนด์
ROKU	สหรัฐอเมริกา	30.5 ล้าน	บริการสตรีมมิ่ง
LG CHANNELS	สหรัฐอเมริกา	45 ล้าน	บริการฟรีวิดีโอสำหรับสมาร์ททีวี
SAMSUNG TV+	สหรัฐอเมริกา	19 ล้าน	บริการฟรีวิดีโอสำหรับสมาร์ททีวี
WAIPU TV	เยอรมนี	452,500	แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตทีวีและวิดีโอออนดีมานด์
FETCH	ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์	760,000	บริการ IPTV
STIRR	สหรัฐอเมริกา	N/A	บริการสตรีมมิ่งสนับสนุนโดยโฆษณา
CAFFEINE	สหรัฐอเมริกา	N/A	แพลตฟอร์มออกอากาศทางสื่อสังคม
XUMO	สหรัฐอเมริกา	35 ล้าน	บริการ OTT
TIVIBU	ตุรกี	7 ล้าน	แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตทีวีของตุรกี
D-SMART	ตุรกี	1 ล้าน	แพลตฟอร์มดิจิทัลของตุรกี
TV+	ตุรกี	33 ล้าน	แพลตฟอร์มดิจิทัลของตุรกี
รวมยอดการเข้าถึง		**867+ ล้าน**	

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน

โปรแกรมไตรแฟคเตอร์แคร์

โอกาสในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านโครงการ ESG โดยไตรแฟคเตอร์เอเชีย เพื่อช่วยเหลือเยาวชนมากกว่า 10,000 คนที่ขาดโอกาสในการออกกำลังกายผ่านกิจกรรมการว่ายน้ำ – ปั่นจักรยาน – วิ่ง

TRIFACTOR CARE PROGRAMME

โอกาสในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านโครงการ ESG โดยไตรแฟคเตอร์เอเชีย เพื่อช่วยเหลือเยาวชนมากกว่า 10,000 คนที่ขาดโอกาสในการออกกำลังกายผ่านกิจกรรม การว่ายน้ำ-ปั่นจักรยาน-วิ่ง

สิทธิด้านการรับรองลูกค้าและการสร้างเครือข่าย

พื้นที่สำหรับผู้สนับสนุน

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 จัดให้มีหมู่บ้านเทศกาล สำหรับให้ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้จัดหาสินค้า/บริการ และสื่อพันธมิตรได้ใช้งานเพื่อสร้างเครือข่ายและสร้างความบันเทิงให้กับลูกค้า ตัวแทนจำหน่าย พนักงาน และกลุ่มเป้าหมายของตน

กิจกรรมและบัตรกิจกรรม

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้า/บริการ จะได้รับเชิญเข้าร่วมงานอย่างเป็นทางการ งานเลี้ยงต้อนรับ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 จัดขึ้นโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการ จะได้รับการจัดสรรบัตรเข้างานและกิจกรรมอย่างเป็นทางการทุกรายการ

สิทธิในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์

การแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 คาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมมากกว่า 35,000 คน จากการแข่งขัน 35 ครั้งใน 7 ประเทศ จึงถือเป็นโอกาสที่สำคัญยิ่งสำหรับผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการ ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของตน ผ่านกิจกรรมการตลาดเชิงประสบการณ์ในงานที่จัดขึ้นตลอดทั้งปี

สิทธิในการจัดแจกสินค้าเพื่อส่งเสริมการขาย

เราขอเสนอโอกาสสำหรับผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการ ในการผลิตสินค้าแบรนด์ร่วม ซึ่งอาจจะใช้แจกจ่ายผ่านสื่อหรือการส่งเสริมการขายในกิจกรรมการตลาดหน้างาน

คุณกำลังมีชีวิตอยู่เพื่อสิ่งใด?

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

รายการสิทธิประโยชน์ - ทุกกิจกรรม

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 - ทุกกิจกรรม

	ระดับพันธมิตร		
	ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลัก	ระดับที่ 2 ผู้สนับสนุนร่วม	ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตร
สิทธิในการเป็นสินค้าชนิดเดียวและสิทธิในการใช้ชื่อ			
สิทธิในการใช้ชื่อในลักษณะ: [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอรายกิจกรรม] - เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	มี		
สิทธิในการใช้ชื่อในลักษณะ: [ชื่อผู้สนับสนุนร่วม] ผู้สนับสนุนร่วมของ [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอรายกิจกรรม] - เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์		มี	
สิทธิในการใช้ชื่อในลักษณะ: [ชื่อผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตร] ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตร ของ [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอรายกิจกรรม]			มี
สิทธิในการเป็นสินค้าชนิดเดียวในประเภทสินค้าหนึ่ง ๆ ในการสนับสนุนกิจกรรม ตัวอย่างเช่น สิทธิในการทำการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนเองในฐานะพันธมิตรผู้จับเวลาอย่างเป็นทางการเพื่อนำเสนอและให้บริการการจับเวลาในการแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/ 2567	มี	มี	
สิทธิด้านทรัพย์สินทางปัญญาและการประชาสัมพันธ์แบรนด์ - ทุกกิจกรรม			
โลโก้และภาพ			
สิทธิในการใช้โลโก้สำเร็จ (lock-up) ของไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ในการทำการตลาดทั้งภายในและภายนอก	มี	มี	มี
สิทธิในการใช้คลังภาพของ ไตรแฟคเตอร์เอเชีย - ภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง - ในการตลาดทุกรูปแบบทั้งภายในและภายนอก	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ - การแข่งขัน			
โลโก้ที่ประตู/เส้นปล่อยตัว	กลางบน	คอลัมน์บนซ้ายและบนขวา	มี
โลโก้ที่ประตู/เส้นปล่อยตัว	กลางบน	คอลัมน์บนซ้ายและบนขวา	มี
โลโก้บนฉากหลังเวที	เด่นชัด	มี	มี
แบนเนอร์ติดถนน บัน / วิง / ไตรกีฬา (1.20 ม. x 1.50 ม.) บางส่วนติดตั้งตามพื้นที่เปลี่ยนชนิดกีฬา เส้นปล่อยตัว / เส้นชัย สำหรับการแข่งขันว่ายน้ำและไตรกีฬา - ทุ่นมาร์กเขตการแข่งขัน จุดลงและออกจากการว่ายน้ำ พื้นที่เปลี่ยนชนิดกีฬา	เด่นชัด	มี	มี
ป้ายโฆษณา	เด่นชัด	มี	มี
แบนเนอร์ / ธงประชาสัมพันธ์แบรนด์	เด่นชัด	มี	มี
พิธีกรกล่าวถึงรายชื่อผู้สนับสนุนในระหว่างการแข่งขัน	มี	มี	มี
โลโก้บนตัวเจ้าหน้าที่	มี		
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ - การรับรอง			
ทุกฝ่าย	เด่นชัด	มี	มี
ที่หมู่บ้านผู้สนับสนุนของการแข่งขันแต่ละงาน	เด่นชัด	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ - ผู้เข้าแข่งขัน เหรียญรางวัล และถ้วยรางวัล			
โลโก้บนเสื้อยืดหรือเสื้อกล้ามของผู้เข้าแข่งขัน	มี		
โลโก้บนเหรียญรางวัลเพื่อมอบให้ผู้ที่เข้าเส้นชัย	มี		
โลโก้บนถ้วยรางวัล	มี		
โลโก้บนบัตรเข้างาน	มี		
โลโก้บนบัตรผ่านวีไอพี สื่อมวลชน และเจ้าหน้าที่ (ใบประกาศเกียรติคุณสำหรับผู้ที่เข้าเส้นชัย)	มี		

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

รายการสิทธิประโยชน์ - ทุกกิจกรรม

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 - ทุกกิจกรรม

	ระดับพันธมิตร		
	ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลัก	ระดับที่ 2 ผู้สนับสนุนร่วม	ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตร
สิทธิในการแพร่ภาพ - ทุกกิจกรรม			
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านกล้องถ่ายทำ ในระหว่างการแพร่ภาพหรือสตรีมภาพการแข่งขัน	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของรายการสตรีมภาพ	มี	มี	มี
สิทธิด้านการใช้พื้นที่สื่อและการประชาสัมพันธ์ - ทุกกิจกรรม			
สิทธิในการอ้างถึงความสัมพันธ์กับไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ในแคมเปญประชาสัมพันธ์และการโฆษณาทุกชนิด	มี	มี	มี
การใส่โลโก้ลงในโฆษณาหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ สื่อออนไลน์ หรือสื่อสังคม เพื่อการประชาสัมพันธ์ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ที่ผู้จัดการแข่งขันผลิตขึ้น	มี	มี	
งานแถลงข่าวเปิดตัวผู้สนับสนุน - โดยงบประมาณของผู้สนับสนุน	มี	มี	
งานแถลงข่าว - โลโก้บนฉากหลังเวที (เฉพาะในกรณีที่ดำเนินการได้)	50%	แบ่งสัดส่วน 40%	แบ่งสัดส่วน 10%
สิทธิด้านแคมเปญประชาสัมพันธ์ - ทุกกิจกรรม			
การประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนผ่านทุกแคมเปญประชาสัมพันธ์ - ระดับการประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับระดับการสนับสนุน	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์ผ่านแคมเปญโฆษณา - โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ และออนไลน์	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกลางแจ้ง ซึ่งรวมถึง ป้ายโฆษณาและป้ายจอดรถโดยสารสาธารณะ	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์ผ่านแคมเปญประชาสัมพันธ์	มี	มี	มี
การโฆษณาบนเอกสารอย่างเป็นทางการเพื่อแสดงผังกิจกรรมการแข่งขันที่จัดทำขึ้น	มี	มี	มี
โอกาสในการสร้างแคมเปญของผู้สนับสนุนเอง	มี	มี	มี
สิทธิด้านรายการบนสื่อดิจิทัลและสื่อสังคม - ทุกกิจกรรม			
มีส่วนร่วมกับไตรแฟคเตอร์เอเชีย 2566/2567 ในแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคม เว็บไซต์อย่างเป็นทางการ + ช่องบนสื่อสังคมออนไลน์	มี เด่นชัด	มี เด่นชัดน้อยกว่า	มี เด่นชัดน้อยกว่า
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านอีเมล เว็บไซต์ และการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ทุกรูปแบบ เช่น จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์	มี เด่นชัด	มี เด่นชัดน้อยกว่า	มี เด่นชัดน้อยกว่า
สิทธิด้านการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ - ทุกกิจกรรม			
การจัดบูธในหมู่บ้านของผู้สนับสนุนที่ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566 / 2567	9 ม. x 9 ม.	6 ม. x 6 ม.	3 ม. x 3 ม.
การจัดแจกสินค้าเพื่อการทดลองใช้	มี	มี	มี
การบรรจุตัวอย่างวัสดุหรือสินค้าเพื่อส่งเสริมการขายในถุงรวมของดี	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านกิจกรรมสร้างประสบการณ์โดยไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567	มี	มี	มี
สิทธิด้านการรับรองและการแจกบัตรกิจกรรม - ทุกกิจกรรม			
บัตรวีไอพี เพื่อเข้างานไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 - จำนวนตามระดับการสนับสนุน	มี	มี	มี
บัตรลงแข่งขันในงานไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ฟรีเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการส่งเสริมการขาย	80 คน	20 คน	10 คน
บัตรเข้าร่วมการแข่งขัน เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ - จำนวนตามระดับการสนับสนุน	มี	มี	มี
MERCHANDISING PROGRAMME – ALL EVENTS			
โอกาสในการผลิตสินค้าแบรนด์ร่วม โลโก้บนสินค้าที่ผลิตขึ้นเป็นพิเศษสำหรับไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

รายการสิทธิประโยชน์ - ทุกกิจกรรม

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 - ทุกกิจกรรม

	ระดับพันธมิตร		
	ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลัก	ระดับที่ 2 ผู้สนับสนุนร่วม	ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตร
สิทธิในการเป็นสินค้าชนิดเดียวและสิทธิในการใช้ชื่อ			
สิทธิในการใช้ชื่อในลักษณะ: [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอรายกิจกรรม] - เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	มี		
สิทธิในการใช้ชื่อในลักษณะ: [ชื่อผู้สนับสนุนร่วม] ผู้สนับสนุนร่วมของ [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอรายกิจกรรม] - เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์		มี	
สิทธิในการใช้ชื่อในลักษณะ: [ชื่อผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตร] ชื่อผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตร ของ [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอรายกิจกรรม]			มี
สิทธิในการเป็นสินค้าชนิดเดียวในประเภทสินค้าหนึ่ง ๆ ในการสนับสนุนกิจกรรม ตัวอย่างเช่น สิทธิในการทำการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนเองในฐานะพันธมิตรผู้จับเวลาอย่างเป็นทางการ เพื่อนำเสนอและให้บริการการจับเวลาในการแข่งขันไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/ 2567	มี	มี	
สิทธิด้านทรัพย์สินทางปัญญาและการประชาสัมพันธ์แบรนด์ - รายกิจกรรม			
โลโก้และภาพ			
สิทธิในการใช้โลโก้สำเร็จ (lock-up) ของไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ในการทำการตลาดทั้งภายในและภายนอก	มี	มี	มี
สิทธิในการใช้คลังภาพของ ไตรแฟคเตอร์เอเชีย - ภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง - ในการตลาดทุกรูปแบบทั้งภายในและภายนอก	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ - การแข่งขัน			
โลโก้ที่ประตู/เส้นปล่อยตัว	กลางบน	คอลัมน์บนซ้ายและบนขวา	มี
โลโก้ที่ประตู/เส้นปล่อยตัว	กลางบน	คอลัมน์บนซ้ายและบนขวา	มี
โลโก้บนฉากหลังเวที	เด่นชัด	มี	มี
แบนเนอร์ติดถนน ปั่น / วิ่ง / ไตรกีฬา (1.20 ม. x 1.50 ม.) บางส่วนติดตั้งตามพื้นที่เปลี่ยนชนิดกีฬา เส้นปล่อยตัว / เส้นชัย สำหรับการแข่งขันว่ายน้ำและไตรกีฬา - ทุ่นมาร์กเขตการแข่งขัน จุดลงและออกจากการว่ายน้ำ พื้นที่เปลี่ยนชนิดกีฬา	เด่นชัด	มี	มี
ป้ายโฆษณา	เด่นชัด	มี	มี
แบนเนอร์ / ธงประชาสัมพันธ์แบรนด์	เด่นชัด	มี	มี
พิธีกรกล่าวถึงรายชื่อผู้สนับสนุนในระหว่างการแข่งขัน	มี	มี	มี
โลโก้บนตัวเจ้าหน้าที่	มี		
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ - การรับรอง			
ทุกฝ่าย	เด่นชัด	มี	มี
ที่หมู่บ้านผู้สนับสนุนของการแข่งขันเฉพาะงาน	เด่นชัด	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ - ผู้เข้าแข่งขัน เหรียญรางวัล และถ้วยรางวัล			
โลโก้บนเสื้อยืดหรือเสื้อกล้ามของผู้เข้าแข่งขัน	มี		
โลโก้บนเหรียญรางวัลเพื่อมอบให้ผู้ที่เข้าเส้นชัย	มี		
โลโก้บนถ้วยรางวัล	มี		
โลโก้บนบัตรเข้างาน	มี		
โลโก้บนบัตรผ่านวีไอพี สื่อมวลชน และเจ้าหน้าที่ (ในประกาศเกียรติคุณสำหรับผู้ที่เข้าเส้นชัย)	มี		
สิทธิในการแพร่ภาพ - รายกิจกรรม			
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านกล้องถ่ายทำ ในระหว่างการแพร่ภาพหรือสตรีมภาพ	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของรายการสตรีมภาพ	มี	มี	มี

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

รายการสิทธิประโยชน์ - ทุกกิจกรรม

ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 - ทุกกิจกรรม

	ระดับพันธมิตร		
	ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลัก	ระดับที่ 2 ผู้สนับสนุนร่วม	ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตร
สิทธิด้านการใช้พื้นที่สื่อและการประชาสัมพันธ์ - รายกิจกรรม			
สิทธิ์ในการอ้างถึงความสัมพันธ์กับไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 เฉพาะรายกิจกรรม ในแคมเปญประชาสัมพันธ์และการโฆษณาทุกชนิด	มี	มี	มี
การใส่โลโก้ลงในโฆษณาหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ สื่อออนไลน์ หรือสื่อสังคม เพื่อการประชาสัมพันธ์ ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ที่ผู้จัดการแข่งขันผลิตขึ้น	มี	มี	
งานแถลงข่าวเปิดตัวผู้สนับสนุน - โดยงบประมาณของผู้สนับสนุน	มี	มี	มี
งานแถลงข่าว - โลโก้บนฉากหลังเวที (เฉพาะในกรณีที่ดำเนินการได้)	50%	แบ่งสัดส่วน 40%	แบ่งสัดส่วน 10%
แคมเปญประชาสัมพันธ์ - รายกิจกรรม			
การประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนผ่านแคมเปญประชาสัมพันธ์เฉพาะรายกิจกรรม - ระดับการประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับระดับการสนับสนุน	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์ผ่านแคมเปญโฆษณา - โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ และออนไลน์	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกลางแจ้ง ซึ่งรวมถึง ป้ายโฆษณาและป้ายจอดรถโดยสารสาธารณะ	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์ผ่านแคมเปญประชาสัมพันธ์	มี	มี	มี
การโฆษณาบนเอกสารอย่างเป็นทางการเพื่อแสดงพังกิจกรรมการแข่งขันที่จัดทำขึ้น	มี	มี	มี
โอกาสในการสร้างแคมเปญของผู้สนับสนุนเอง	มี	มี	มี
รายการบนสื่อดิจิตอลและสื่อสังคม - รายกิจกรรม			
มีส่วนร่วมกับไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ในแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคม เว็บไซต์อย่างเป็นทางการ + ช่องบนสื่อสังคมออนไลน์	มี เด่นชัด	มี เด่นชัดน้อยกว่า	มี เด่นชัดน้อยกว่า
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านอีเมล เว็บไซต์ และการสื่อสารผ่านเว็บไซต์เฉพาะรายกิจกรรมของไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ทุกรูปแบบ เช่น จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์	มี เด่นชัด	มี เด่นชัดน้อยกว่า	มี เด่นชัดน้อยกว่า
การตลาดเชิงประสบการณ์ - รายกิจกรรม			
การจัดหมู่บ้านของผู้สนับสนุนที่ไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567	9 ม. x 9 ม.	6 ม. x 6 ม.	3 ม. x 3 ม.
การจัดแจกสินค้าเพื่อการทดลองใช้	มี	มี	มี
การบรรจุตัวอย่างวัสดุหรือสินค้าเพื่อส่งเสริมการขายในถุงรวมของดี	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านกิจกรรมสร้างประสบการณ์โดยไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567	มี	มี	มี
สิทธิด้านการรับรองและการแจกบัตรกิจกรรม - รายกิจกรรม			
บัตรวีไอพี เพื่อเข้างานไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 - จำนวนตามระดับการสนับสนุน	มี	มี	มี
บัตรลงแข่งขันในงานไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567 ฟรีเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการส่งเสริมการขาย	80 คน	20 คน	10 คน
บัตรเข้าร่วมการแข่งขัน เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ - จำนวนตามระดับการสนับสนุน	มี	มี	มี
สิทธิด้านการผลิตและแจกสินค้าส่งเสริมการขาย - รายกิจกรรม			
โอกาสในการผลิตสินค้าแบรนด์ร่วม โลโก้บนสินค้าที่ผลิตขึ้นเป็นพิเศษสำหรับไตรแฟคเตอร์ เอเชีย 2566/2567	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม

TRIFACTOR

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ เอเชีย 2566/2567

เดสติเนชั่นไตรซีรีส์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย... วิถีของนักกีฬา

ผู้จัดการแข่งขัน

Orange Room เป็นผู้นำการตลาดด้านการกีฬาในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศสิงคโปร์ บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการจัดงานมหาชนในด้านการกีฬาและความบันเทิง

บริษัทจัดงานภายใต้คำขวัญ “สร้างพลัง ตั้งใจทำงาน และประสานการมีส่วนร่วม” (Energize, Execute, & Engage!)

คณะกรรมการบริหารประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่มีภูมิหลังทางการกีฬาที่หลากหลาย แต่มีสิ่งที่รักคล้ายกัน นั่นคือกีฬา

Orange Room เคยร่วมงานกับแบรนด์ระดับโลกและท้องถิ่นกว่า 100 แห่งทั่วภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก เพื่อให้การเปิดตัวแคมเปญการตลาดด้านการกีฬาดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนได้รับรางวัล Singapore Excellence Award 2013 และ 2014 รางวัล Singapore Distinction Award 2015 รางวัล Singapore Leading Enterprise 2018 รางวัล Singapore Prestige Class 2018 รางวัล Singapore Quality Service Brand 2018 รางวัล Top Business and Service 2018 และรางวัล Top Leading Entrepreneurs 2018

ตลอดระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้เปิดตัวแคมเปญการตลาดมาแล้วกว่า 80 ครั้ง ทั้งที่เป็นของบริษัทเอง และสำหรับองค์กรอื่น

http://orangeroom.com.sg/

ติดต่อ

Orange Room Pte Ltd. (สำนักงานใหญ่ เซ้าท อีส เอเชีย)
1093 ถนนโลเวอร์เดลต้า (Lower Delta) #07-15
Singapore 169204
โทรศัพท์: +65 6274 9868
www.trifactor.asia

คุณเอลวิน ทิง - กรรมการผู้จัดการกลุ่มฯ
อีเมล: elvin.ting@orangeroom.asia
โทรศัพท์: +65 9754 9161

คุณโจเซฟ แทน - ผู้จัดการทั่วไปประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
อีเมล: joseph.tan@orangeroom.com.sg
โทรศัพท์: +65 9026 4803

บริษัท พอล พูล (เซ้าท อีส เอเชีย) จำกัด
198 ถนนตะนาว
แขวงบวรนิเวศ
เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200
ประเทศไทย
โทรศัพท์/โทรสาร: +66 2622 0605 - 7
www.paulpoole.co.th

คุณพอล พูล - กรรมการผู้จัดการ (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาอังกฤษ)
อีเมล: paul@paulpoole.co.th
โทรศัพท์: +66 8 6563 3196

คุณอุดมพร พันธุ์จินดาวรรณ – ผู้ช่วยส่วนตัว (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
อีเมล: udomporn@paulpoole.co.th
โทรศัพท์: +66 8 6382 9949